

ABSTRAK

PENGARUH SUASANA TOKO, KEPERCAYAAN MEREK DAN AKSESIBILITAS LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN REMAJA PUTRI MEMBELI PRODUK KOSMETIK DI RITEL

Oleh

Yessa Gunawan

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh suasana toko, kepercayaan merek, dan aksesibilitas lokasi terhadap keputusan pembelian kosmetik oleh remaja putri di toko ritel Sociolla di Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dianalisis menggunakan PLS-SEM dengan objek penelitiannya yaitu remaja putri yang berbelanja di sociolla. Pengumpulan data dilakukan dengan metode penyebaran kuesioner yang disebarakan sebanyak 100 responden. Data dianalisis secara statistik deskriptif dan analisis PLS-SEM menggunakan *software SmartPLS 4.1.0.9*. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji *outer model*, *inner model*, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa suasana toko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian remaja putri di toko ritel Sociolla, kepercayaan merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian remaja putri di toko ritel sociolla, aksesibilitas lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian remaja putri di toko ritel Sociolla, dan suasana toko, kepercayaan merek dan aksesibilitas lokasi secara simultan berpengaruh signifikan.

Kata Kunci : Suasana Toko, Aksesibilitas Lokasi, Kepercayaan Merek

ABSTRACT

THE EFFECT OF STORE ATMOSPHERE, BRAND TRUST AND LOCATION ACCESSIBILITY ON TEENAGE GIRLS' DECISIONS TO PURCHASE COSMETIC PRODUCTS AT RETAIL

By

Yessa Gunawan

This study aims to examine the influence of store atmosphere, brand trust, and location accessibility on cosmetic purchasing decisions by adolescent girls at Sociolla retail stores in Bandar Lampung. This study uses a quantitative approach analyzed using PLS-SEM with the object of research being adolescent girls who shop at Sociolla. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 respondents. Data were analyzed using descriptive statistics and PLS-SEM analysis using SmartPLS 4.1.0.9 software. Data analysis techniques used include outer model tests, inner models, and hypothesis tests. The results of this study indicate that store atmosphere does not have a significant effect on adolescent girls' purchasing decisions at Sociolla retail stores, brand trust does not have a significant effect on adolescent girls' purchasing decisions at Sociolla retail stores, location accessibility has a significant effect on adolescent girls' purchasing decisions at Sociolla retail stores, and store atmosphere, brand trust and location accessibility simultaneously have a significant effect.

Keyword : Store Atmosphere, Location Accessibility, Brand Trust